

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan para stakeholder maupun shareholdernya. Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan CRM untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. Dengan menggunakan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah diantara mereka. Dengan demikian kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke produk dan merek lainnya. Dalam tesis ini, penulis akan menganalisa kinerja CRM yang digunakan oleh PT. Dymar Jaya Indonesia dengan menggunakan metode *IT Balanced Scorecard*. (FST).

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, hubungan bisnis, *IT Balanced Scorecard*

ABSTRACT

Customer Relationship Management (CRM) is one of the ways to maintain continuous relationship between a company and its stakeholders as well as its shareholders. A lot companies are using CRM to maintain its relationship with the customers. By using CRM, the companies will be able to find out their customers' needs and wants so that they have close and open business relationship which makes the customers. especially, loyal to the companies; and they will not easily change their preference to another product or brand. In this thesis, the author will analyze the performance of CRM is used by PT. Jaya Indonesia Dymar using *IT Balanced Scorecard*. (FST).

Keyword: *Customer Relationship Management*, business relationship, *IT Balanced Scorecard*